

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**Кафедра периодической печати**

**ДАНЮЩЕНКОВА**  
Дарья Асхаровна

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ РЕДАКЦИИ**  
**РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ «НАШ КРАЙ»**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат филологических  
наук  
доцент А.В.Потребин

Допущена к защите  
Протоколом № 10 от 21.05.2015 г.

Зав. кафедрой периодической печати  
кандидат филологических наук, доцент \_\_\_\_\_ Самусевич Ольга Михайловна

Минск, 2015

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа с. 74, 3 ч., 1 табл., 4 рисунка, 52 источника, 11 приложений.

СМИ, РАЙОННАЯ ГАЗЕТА, БАРАНОВИЧИ, НАШ КРАЙ,  
МАРКЕТИНГ, МЕДИАМАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ  
КОММУНИКАЦИИ, РЕКЛАМА, ЧАСТНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ

Актуальность дипломной работы определяется тем, что на информационном рынке Республики Беларусь происходит активная конкурентная борьба среди средств массовой информации. В том числе и среди региональных печатных изданий.

Районные газеты в современных условиях должны использовать передовые технологии бизнеса, в частности маркетинг, для получения максимальной прибыли от реализации тиражей, размещения рекламы. При внедрении маркетинга в работу редакции необходимо учитывать специфику медиабизнеса, региона распространения газеты, потребностей целевой аудитории.

Объект исследования – редакция районной газеты «Наш край»

Предмет исследования – маркетинговая политика и рекламная деятельность Барановичской объединенной газеты «Наш край».

Цель исследования – изучение маркетинга как основного инструмента по повышению эффективности работы редакции районной газеты.

Методы исследования: анализ литературы, синтез, собеседование, сравнение, контент-анализ.

Анализ маркетинговой политики редакции Барановичской газеты «Наш край» показал, что практика внедрения маркетинга помогает изданию добиться поставленных целей: увеличить количественный состав аудитории читателей, стать более авторитетным и узнаваемым изданием и укрепить позицию бренда на рынке средств массовой информации региона.

Важным источником формирования прибыли для районной газеты «Наш край» выступает рекламная деятельность. Для данного издания реклама и частные объявления – основной способ заработка, помимо реализации тиражей через подписку и в розницу. Однако, на мой взгляд, необходима корректировка работы отдела рекламы и объявлений для получения максимальной прибыли от рекламной деятельности.

Данная дипломная работа выполнена автором самостоятельно.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца 74 старонак, 3 часткі., 1 табліца., 4 малюнка, 52 крыніцы, 11 дадаткаў.

СМІ, РАЁННАЯ ГАЗЕТА, БАРАНАВІЧЫ, НАШ КРАЙ, МАРКЕТЫНГ, МЕДЫЯМАРКЕІНГ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, РЭКЛАМА, ПРЫВАТНЫЯ АБ'ЯВЫ

Актуальнасць дыпломнай працы вызначаецца тым, што на інфармацыйным рынку Рэспублікі Беларусь адбываецца актыўная канкурэнтная барацьба сярод сродкаў масавай інфармацыі. У тым ліку і сярод рэгіянальных друкаваных выданняў. Раённыя газеты ў сучасных умовах павінны выкарыстоўваць перадавыя тэхналогіі бізнесу, у прыватнасці маркетынг, для атрымання максімальнага прыбытку ад рэалізацыі тыражоў, размяшчэння рэкламы. Пры выкарыстанні маркетынгу ў працы рэдакцыі неабходна ўлічваць спецыфіку медыябізнесу, рэгіёну распаўсюджвання газеты, патрэбаў мэтавай аўдыторыі.

Аб'ект даследвання - рэдакцыя раённай газеты «Наш край».

Прадмет даследвання - маркетынговая палітыка і рэкламная дзейнасць Баранавіцкай аб'яднанай газеты «Наш край».

Мэта даследвання - пошук найбольш дзейсных спосабаў павышэння эфектыўнасці працы рэдакцыі раённай газеты «Наш край».

Метады даследавання: аналіз літаратуры, сінтэз, сумоўе, параўнанне, кантэнт-аналіз.

Аналіз маркетынгавай палітыкі рэдакцыі Баранавіцкай газеты «Наш край» паказаў, што практыка ўкаранення маркетынгу дапамагае выданню дамагчыся пастаўленых мэтаў: павялічыць колькасны склад аўдыторыі чытачоў, стаць больш аўтарытэтным і вядомым выданнем і ўмацаваць пазіцыю брэнда на рынку сродкаў масавай інфармацыі рэгіёну. Важнай крыніцай фарміравання прыбытку для раённай газеты «Наш край» выступае рэкламная дзейнасць. Для дадзенага выдання рэклама і прыватныя аб'явы - асноўны спосаб заробку, акрамя рэалізацыі накладаў праз падпіску і ў розніцу. Аднак, на мой погляд, неабходна карэктоўка работы аддзела рэкламы і аб'яў для атрымання максімальнага прыбытку ад рэкламнай дзейнасці.

Дадзеная дыпломная праца выканана аўтарам самастойна.

## THE ABSTRACT

Graduate thesis p. 74, 3 parts., 1 tab., 4 patterns, 52 sources and 11 applications.

THE MEDIA, REGIONAL NEWSPAPERS, BARANOVICHI, NASH KRAY, MARKETING, MEDIA MARKETING, MARKETING COMMUNICATION, ADVERTISING, PRIVATE MESSAGES

The relevance of the thesis is determined by the fact that in the information market of the Republic of Belarus has an active competition among the media. It also includes competition among the regional publications.

Regional newspapers in modern conditions have to use advanced business technologies such as marketing to maximize the profit from the sale of circulation, advertising. During the intercalation marketing in the editors' work, you need to consider the specifics of the media business, distribution of the newspaper in the region, the needs of the target audience.

The subject of research – editorial office of the united Baranovich newspaper "Nash Kray".

The object of study – marketing strategy and advertising activities in the regional newspaper "Nash Kray".

The purpose of the study - marketing study as a basic tool to improve the efficiency of the wording of the regional newspaper.

The methods: the analysis of literature, synthesis, interview, comparison, content analysis.

The analysis of marketing policy of editorial office of the Baranovich newspaper "Nash Kray" showed that practice of introduction of marketing helps the edition to achieve goals: to increase quantitative structure of audience of readers, to become more authoritative and recognizable edition and to strengthen a brand position in the market of mass media of the region.

As important source of formation of profit for the regional newspaper "Nash Kray" advertizing activity acts. For this edition advertizing and personals – the main way of earnings, besides realization of circulations through a subscription and at retail. However, in my opinion, correction of work of department of advertizing and announcements is necessary for receiving the maximum profit on advertizing activity.

This thesis is performed by the author independently.